

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, et.al. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal.2022.vol2(2)*, 2.
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018, Desember). Keunggulan Bersaing UKM Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 20 No. 03-Desember 2018*, 20, 193-202.
- Aprillia , T. L. (2016). Pengaruh Brand Image Produk Apple Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Komunitas Instamarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 4, Nomor 3, 2016: 421-431*, 4, 421-431.
- Astutik, P. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier (Studi Kasus pada Konsumen Produk Garnier di Kota Grobogan). *Skripsi*.
- Esrawati. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian HP Iphone Pada Generasi Milenial Kota Batam. *Skripsi*.
- Febrianti, et.al. (2022). *Brand Image & Kualitas Produk*. Makassar: Pakalawaki Penerbitan dan Percetakan.
- Fernandes, et.al. (2018). Smoothing Spline Nonparametric Path: Application for Green Product and Green Marketing Strategy towards Green Product Purchasing Intention. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 239 (2019) 012018*, 1-13.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hendra, et.al. (2023). *Green Marketing For Business (Konsep, Strategi & Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan berbagai Sektor)*. (Efitra, & Sepriano, Penyunt.) Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kurniasari, R. D., & Utama, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok "Akar"). *Pengaruh Inovasi Produk...(Rika Devi)*, 467-477.
- Kurniati, E. D. (2018). *Kewirausahaan Industri* (Vol. Edisi 1, Cetakan 3). Yogyakarta: Deepublish.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

- Lestari, A. D., & Anondho, B. (2018). Penggunaan Variabel Dummy Untuk Meningkatkan Nilai Determinasi Faktor Eksternal Terukur Terhadap Durasi. *Jurnal Mitra Teknik Sipil Vol. 1, No. 2, November 2018: 71:80*(EISSN 2622-545X), 71-80.
- Linda , W. U. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Membeli Batik di Benang Ratu Cabang Majapahit Kota Semarang. *Skripsi*.
- Masdaini , E., & Hemayani , A. D. (2022, April). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Vol. 2 No. 1 April 2022 ISSN 2746-4210 (Print) ISSN2746-4229 (Online), 2, 21-28*.
- Maulidia, A. N. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Avoskin Beauty di Kota Malang. *Skripsi*.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1, Januari-Juni 2017, ISSN :1829-8419, 14, 49-55*.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EfpressDigimedia.
- Novyarni, N., & Dewi, M. (2020). Pengaruh Sales Growth, Leverage, Operating Capacity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Prediksi Kesulitan Keuangan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*(ISSN: 2776-1177 (Media Online)), 1-17.
- Prabandari, N. A., & Suasana, I. A. (2016). Pengaruh Green Marketing dan Services Value Terhadap Impulse Buying pada Manic Organik Restaurant di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 4, 2016: 2167-2193 ISSN : 2302-8912, 5, 2167-2193*.
- Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif Vol. XVI No. 1 Maret 2018, 39-49*.
- Rohman , M. K. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe X Di Sidoarjo. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, 1-14*.
- Sinaga , D. (2014). *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jakarta Timur: UKI PRESS.
- Sutrisno, E. H. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Iklan, Efektivitas Iklan, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Smartphone Merek Evercross). *Skripsi*.

- Syofyandi, S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iphone (Studi Pada Masyarakat Pekanbaru). *Skripsi*.
- Taan, H. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontalo. *Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo*, 148-158.
- Taluke, et.al. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial Vol 6. No. 2, 2019, 6*, 531-540.
- Tampil, et.al. (2017). Analisis Regresi Logistik Untuk Menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) Mahasiswa FMIPA Universitas Sam Ratulangi Manado. *JdC, Vol. 6, No. 2, September 2017*, 6, 56-62.
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. (R. A. Kusumajaya, Penyunt.) Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

<https://www.statista.com/statistics/267966/brand-values-of-the-most-valuable-technology-brands-in-the-world/> , diakses pada 10 November 2023.